

e-ISSN: 2658-5650

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Российская академия наук

Институт научной информации по общественным наукам

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

№ 3
2020

МОСКВА

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Институт научной информации по общественным наукам РАН»

Редакция:

Главный редактор:

В.А. Пищальникова – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Заместитель главного редактора:

Л.Р. Комалова – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

Л.О. Бутакова – доктор филологических наук (Омск, Россия);

Н.Н. Германова – доктор филологических наук (Москва, Россия);

А.В. Кирилина – доктор филологических наук (Москва, Россия);

Е.Ф. Косиченко – доктор филологических наук (Москва, Россия);

В.В. Красных – доктор филологических наук (Москва, Россия);

Е.В. Лукашевич – доктор филологических наук (Барнаул, Россия);

Е.Ю. Мягкова – доктор филологических наук (Тверь, Россия);

А.Г. Сонин – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Редакционный совет:

Е.Н. Гуц – доктор филологических наук (Омск, Россия);

А.В. Кинцель – кандидат филологических наук (Барнаул, Россия);

Дж. Кич-Дргас (Познань, Польша);

Н.Ф. Крюкова – доктор филологических наук (Тверь, Россия);

А.Б. Михалёв – доктор филологических наук (Пятигорск, Россия);

Попова В.А. – доктор филологии (Шумен, Болгария);

Попов Д.Д. – доктор филологии (Шумен, Болгария);

Н.Н. Трошина – кандидат филологических наук (Москва, Россия);

Д.Д. Трегубова – кандидат исторических наук (Москва, Россия);

С.А. Чугунова – доктор филологических наук (Брянск, Россия);

Э.Б. Яковлева – доктор филологических наук (Москва, Россия);

К. Янь – кандидат филологических наук (Гуанчжоу, Китай)

Ответственный секретарь:

К.С. Карданова-Бирюкова – кандидат филологических наук (Москва, Россия)

Журнал «Этнопсихоллингвистика»

включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций,
свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 – 74178

DOI: 10.31249/epl/2020.03.00

© «Этнопсихоллингвистика», журнал, 2020

© ФГБУН «Институт научной информации
по общественным наукам РАН», 2020

e-ISSN: 2658-5650

Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation
Russian Academy of Sciences

Institute of Scientific Information for Social Sciences

ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

SCHOLARLY JOURNAL

№ 3
2020

MOSCOW

Founder:
Federal State Budgetary Institution of Science
«Institute of Scientific Information for Social Sciences of
the Russian Academy of Sciences»

Editorials:

Editor-in-chief:

Vera Pischalnikova – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Deputy editor-in-chief:

Liliya Komalova – Doctor of Science (Moscow, Russia)

Editorial board:

Larisa Butakova – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);
Nataliya Germanova – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Alla Kirilina – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Elena Kosichenko – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Viktoriya Krasnykh – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Elena Lukashevich – Doctor of Science in Philology (Barbaul, Russia);
Elena Myagkova – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);
Alexandr Sonin – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Advisory board:

Elena Guts – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);
Alyona Kintsel – PhD in Philology (Barbaul, Russia);
Joanna Kic-Drgas (Poznan, Poland);
Natalia Kryukova – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);
Andrey Mikhalev – Doctor of Science in Philology (Pyatigorsk, Russia);
Velka Popova – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);
Dimitar Popov – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);
Natalia Troshina – PhD in Philology (Moscow, Russia);
Dinara Tregubova – PhD in History (Moscow, Russia);
Svetlana Chugunova – Doctor of Science in Philology (Bryansk, Russia);
Emma Yakovleva – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Kai Yan – PhD in Philology (Guangzhou, China)

Executive secretary:

Kseniya Kardanova-Biryukova – PhD in Philology (Moscow, Russia)

Journal «Ethnopsycholinguistics»
is indexed in the Russian Science Citation Index

DOI: 10.31249/epl/2020.03.00

© «Ethnopsycholinguistics», journal, 2020
© FSBIS «Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences», 2020

Содержание

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ВОПРОСЫ ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКИ

<i>Голубева О.В.</i> Роль имплицитного знания в процессе переводческой деятельности	9
<i>Леонтович О.А.</i> Язык большого города: ключевые проблемы медиаурбанистики	19
<i>Попова Е.А.</i> Дополнительная семантика языковых единиц со значением «сельский житель» в латиноамериканских национальных вариантах испанского языка	35
<i>Тур В.В.</i> Синтагматическая вариативность слова как источник неопределенности границ лексического значения (На примере наименований частей тела в английском языке) ...	47
<i>Утробина Т.Г.</i> Вербально-визуальная репрезентация смысла в региональной детской литературе	61

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Иванкова Т.А.</i> Англоязычный академический дискурс российского вуза как опосредованная коммуникация культур	80
<i>Фененко Н.А.</i> Художественный реаликон: к проблеме определения и интерпретации понятия	95

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ: СМЕЖНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

<i>Природина У.П.</i> Женские антропонимы в названиях годонимов Стокгольма	106
<i>Филиппова В.В., Лавренова О.А.</i> Картина мира анабарских долган: отражение в диалектах и топонимии	119

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА И СОЦИОЛИНГВИСТИКА

- Бутакова Л.О.* Когнитивно-дискурсивный портрет пожилого человека: взгляд «изнутри» и «снаружи» 135
- Гуц Е.Н., Худякова Н.О.* Социальные стереотипы старости в языковом сознании молодежи (На материале психолингвистических экспериментов) 157

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

- Алекберова С.С.* Лингвистическая концептуализация «жизни» в медийных текстах на русском, английском, азербайджанском языках 166
- Костева В.М.* Метаморфозы личности в критические политические эпохи 184
- Сумарокова Н.А.* Языковой портрет президента Д. Трампа в заголовках англоязычных СМИ 197
- Шаховский В.И.* Крылатые эмотивы в дискурсе «Эхо Москвы» 210

ПРИКЛАДНАЯ И КОМПЬЮТЕРНАЯ ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА

- Веселовская Т.С.* Выявление картины мира на основе анализа частотных коллокаций в учебных текстах по русскому языку для младшеклассников 224
- Чуйко Д.В., Майорова Е.В.* «Вы робот?»: способы реагирования на распознавание робота в телефонном диалоге 238

Contents

THEORETICAL AND APPLIED ISSUES OF ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

<i>Golubeva O.V.</i> The role of implicit knowledge in the translation process	9
<i>Leontovich O.A.</i> Language of a big city: key issues of urban communication studies	19
<i>Popova E.A.</i> Additional semantics of language units meaning «rural resident» in Latin American national variations of the Spanish language	35
<i>Tur V.V.</i> Syntagmatic variability of a word as a source of vagueness of lexical meaning (through the analysis of English body-part terms)	47
<i>Utrobina T.G.</i> Verbal and visual representation of meaning in regional children's literature	61

ETHNOPSYCHOLINGUISTICS AND CROSSCULTURAL COMMUNICATION

<i>Ivankova T.A.</i> English language academic discourse of Russian higher education as mediated intercultural communication	80
<i>Fenenko N.A.</i> Artistic realikon: on the problem of definition and interpretation of the concept	95

ETHNOPSYCHOLINGUISTICS AND LINGUACULTUROLOGY: RELATED ISSUES

<i>Prirodina U.P.</i> Female anthroponyms in the names of godonyms in Stockholm	106
<i>Filippova V.V., Lavrenova O.A.</i> Picture of the world Dolgan Anabar ulus: reflection in the dialects and toponymy	119

ETHNOPSYCHOLINGUISTICS AND SOCIOLINGUISTICS

<i>Butakova L.O.</i> Cognitive-discursive portrait of an elderly person: the «inside» and «outside» perspective	135
<i>Goots Ye.N., Khudyakova N.O.</i> Social stereotypes of old age in the linguistic consciousness of the young (based on psycholinguistic experiments)	157

ETHNOPSYCHOLINGUISTIC FEATURES OF INSTITUTIONAL DISCOURSE

<i>Alekberova S.S.</i> Linguistic conceptualization of «life» in Russian, English, and Azerbaijan media texts	166
<i>Kosteva V.M.</i> Metamorphoses of a scientist's personality in critical political epochs	184
<i>Sumarokova N.A.</i> Language portrait of president D. Trump in English-language mass media headlines	197
<i>Shakhovskiy V.I.</i> Popular emotives in «Echo of Moscow» radio discourse	210

APPLIED AND COMPUTATIONAL ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

<i>Veselovskaya T.S.</i> The linguistic world-image in the Russian language primary school textbooks: a corpus study	224
<i>Chuyko D.V., Mayorova E.V.</i> «Are you a robot?»: ways to respond to robot recognition in a telephone conversation	238

Сумарокова Н.А.

**ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА Д. ТРАМПА
В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ¹**

*Московский международный университет,
Россия, Москва, n.sumarokova@mtu.ru*

Аннотация. В представленной статье вводится понятие «медийно-коммуникативный микрообраз». Под таковым подразумеваются стереотипизированные ценностно-личностные характеристики, которые СМИ приписывают тому или иному медийному лицу. Использование данного термина помогает исследовать языковой портрет президента США Д. Трампа, создаваемый ежедневно англоязычными СМИ. Под «языковым портретом» мы понимаем комплекс лингвостилистических и грамматико-структурных особенностей текста, направленный на формирование у читателя определенного представления о герое публицистического материала и нужного автору отношения к нему. По результатам нашего исследования, языковой портрет Д. Трампа включает такие медийно-коммуникативные микрообразы, как «президент-неудачник», «агрессивный политик», «инфантильный президент» и т.д. Они заметно отличаются от микроролей самопрезентации Д. Трампа в его собственных выступлениях.

Ключевые слова: медийно-коммуникативный микрообраз; стереотипизация; языковой портрет; президент Трамп; микророль; самопрезентация; манипуляция.

Поступила: 23.05.2020

Принята к печати: 28.08.2020

¹ © Сумарокова Н.А., 2020

Sumarokova N.A.

**Language portrait of president D. Trump
in English-language mass media headlines¹**

*Moscow international university,
Russia, Moscow, n.sumarokova@mmu.ru*

Abstract. The article introduces the notion of media-communicative micro-images, which we understand as stereotyped characteristics of personal values, which are ascribed to a prominent person by mass-media. Through the use of the term of «media-communicative micro-images» we investigate the language portrait of USA President Donald Trump which is created on daily basis by English-language media. «Language portrait» implies a complex of text features relating to its style and grammatical structure which is meant to instill a certain image of the protagonist of a mediatext in a reader and the impression desired by the author. The findings of the research suggest that the language portrait of Donald Trump includes such media-communicative micro-images as «unsuccessful president», «aggressive politician», «infantile president» etc. These micro-images are different from the micro-roles of Trump's self-presentation in his own public addresses.

Keywords: media-communicative micro-image; stereotyping; language portrait; President Trump; micro-role; self-presentation; manipulation.

Received: 23.05.2020

Accepted: 28.08.2020

Введение

Появление Дональда Трампа в роли хозяина Белого дома стало во многом переломным для США. Он – первый президент-миллиардер в истории страны и, соответственно, самый богатый. Д. Трамп также претендует на звание «самого ленивого лидера Соединенных Штатов». Как утверждают источники в его аппарате, 60% рабочего времени американского президента «не структурировано», т.е., говоря проще, больше половины рабочего дня он занят собственными делами [‘Executive time’, 2019].

Но и в лингвистическом плане Дональд Трамп заметно отличается как от своих предшественников, так и от коллег из других стран. И этому факту, по мнению наблюдателей, современные

¹ © Sumarokova N.A., 2020

СМИ уделяют особое внимание. Как отмечает Дж. Склафани, «...о речевой деградации президентов США говорят с момента зарождения нации. Однако выдвижение Дональда Трампа кандидатом в президенты вывело изучение этого явления в число главных тем в прессе...¹» [Sclafani, 2018, p. 1].

Колумнист американского издания *Atlantic* Джордж Пэкер считает президентский стиль выражать свои мысли «в опасной степени популистским» [Packer, 2019]. Профессор лингвистики Колумбийского университета Джон Макуортер уверен, что нынешний президент США «застрял на уровне умственного развития матерящегося подростка», поэтому у него приходится «пять-шесть ошибок на коротенькое сообщение в твиттере» [Gavrilovic, 2019]. А вот в каких выражениях американский лидер, в момент сильного раздражения, характеризует своего (теперь уже бывшего) советника по нацбезопасности: *That guy's just full of shit. I met this guy. McMaster doesn't know what he's talking about.* – «Этот парень – сплошное д...мо. Я встречался с этим парнем. Макмастер не понимает, о чем говорит» [Woodward, 2018, p. 306].

Склонность к эмоциональным выражениям подтверждает и составленный лингвистами список 20 излюбленных слов Д. Трампа, а именно: *winning* (победа, выигрыш); *stupid* (глупый, бестолковый, тупой); *weak* (слабый, бессильный); *loser(s)* (неудачник, проигравший); *fake news* («фейковые» новости); *political correctness* (политкорректность); *swamp* (болото); *smart* (сообразительный); *tough* (жесткий, негибаемый); *bad* (плохой); *deep state* («теневое правительство»); *veterans* (ветераны); *amazing* (поразительный); *great* (отличный); *tremendous* (огромный); *terrific* (потрясающий); *military* (военные); *out of control* (неконтролируемый); *classy* (классный, клевый,); *believe* (доверять) [Donald Trump's 20 Most Frequently used words – URL]. В этом списке как минимум четыре слова (*stupid, loser, tough, classy*) соотносятся с образом невоспитанного подростка, нарисованным профессором Макуортером; шесть выражений (*winning, political correctness, veterans, military, out of control, believe*) можно отнести к нейтральной лексике, в то время как две трети списка отличаются яркой эмоциональной окраской, позитивной или негативной.

Стоит отметить, что любовь к крепким просторечным выражениям у Д. Трампа проявилась задолго до переезда в Белый дом. Так, в 2007 г. вышла его книга с броским заголовком «Think big &

¹ Здесь и далее по тексту перевод наш. – Н. С.

kick ass in business and life» – (досл.) «Думай масштабно и надери всем з...цу в бизнесе и в жизни». Интересно, что при дальнейших публикациях этой книги издатели смягчили название до «Think big. Make it happen in business and life» – «Мысли масштабно. Добивайся своего в бизнесе и в жизни» [Trump, Zanker, 2008]. А российские издатели пошли другим путем – разговорный стиль Д. Трампа оставили, но слегка смягчили выражение «Мысли по-крупному и не тормози!» [Трамп, 2014].

Профессор экологии СМИ университета Нью-Йорка Теренс П. Моран считает выбор Д. Трампом лексики неслучайным, отмечая, что он «усвоил, как успешно работает гипербола (...) и прекрасно пользуется этим». Профессор Моран сравнивает стиль публичных выступлений лидера США с «рекламой, основанной на запугивании» [What An Expert Analyst – URL]. Другие исследователи, напротив, приписывают успех публичных выступлений Д. Трампа тому, что они являются «развлекательными ... для широких слоев публики» [Goldstein, 2020, p. 68]. Не в пользу нынешнего лидера США и подмеченный экспертами заметный рост количества слов – заполнителей пауз в его речи с течением времени. Словарный запас при этом почти не увеличивается [Coutanche, 2018].

Методика исследования

На фоне критики речевого стиля Д. Трампа представляется интересным проследить выбор лексики англоязычных СМИ в материалах о самом американском президенте. В качестве объекта исследования взяты заголовки новостных статей. Мы остановились на них потому что, как считают многочисленные исследователи (см., например: [Жарина, 2019; Лекова, 2017; Богданова, 2012]), данную часть новостного материала отличает, помимо компактности, особая образность, эмоциональность и стремление привлечь внимание читателя. Так, Ю. Грицкевич отмечает «комплексное и концентрированное воздействие заголовка как особого смыслового центра, задействованного в трансляции ценностных ориентиров». Автор предупреждает, что «манипулятивные тактики используются с целью управления мнением и поведением аудитории относительно поднимаемой в публикации проблемы» [Грицкевич, 2015, с. 155]. Иными словами, выраженное в статье отношение ее автора неизбежно отразится в ее названии, иногда даже в утрированной форме.

Под «языковым портретом» мы понимаем комплекс лингвостилистических и грамматико-структурных особенностей текста, направленный на создание у читателя определенного представления о герое публицистического материала и формирование нужного автору публикации отношения к нему.

Языковой портрет Д. Трампа мы рассматриваем с позиций отдельных *медийно-коммуникативных микрообразов*. Под такими мы понимаем стереотипизированные ценностно-личностные характеристики, которые СМИ приписывают тому или иному медийному лицу. Введенный нами термин базируется на предложенном Ф.И. Дотдаевой понятии «коммуникативные ценностно-личностные микророли самопрезентации», которое «представляет собой совокупность личностных черт и характеристик, в обладании которыми политики убеждают аудиторию» [Дотдаева, 2011, с. 87]. Только в нашем случае речь идет не о самопрезентации, а о социально-ролевых элементах создаваемого СМИ образа политика. А, как справедливо заметил известный психолингвист Ролв Блакар, «выбор выражений структурирует и обуславливает представление, получаемое реципиентом» [Блакар, 1987, с. 90].

Материал для данного исследования собирался с помощью поисковой системы Google во вкладке «Новости / News». При его анализе мы руководствовались утверждением, высказанным известным исследователем политической лингвистики А.П. Чудиновым, что «публицистику, публицистический текст (в широком и узком смысле) можно рассматривать, хотя и не без оговорок, как непрерывный континуум развивающегося, развертывающегося оценочного выражения субъективного отношения – субъекта, мыслящего и представляющего себя наделенным возможностью и правом оценивать и объяснять. Оценочная интерпретация факта, следовательно, – прерогатива и привилегия данного типа текста». [Современная политическая коммуникация, 2009, с. 131].

Результаты исследования

Рассмотрим медийно-коммуникативные микрообразы (МКМ) Д. Трампа и их лингвостилистическую реализацию в заголовках англоязычных СМИ. Условные названия микроролей заключены в кавычки, а лексические единицы, способствующие их созданию, подчеркнуты.

Поскольку это пилотное исследование, и объем его ограничен, мы представили лишь наиболее яркие МКМ. Возможные направления дальнейшей работы по данной теме приведены в конце статьи.

Речевые иллюстрации МКМ «Президент-неудачник»

- Donald Trump's chaos presidency has turned on him (CNN) / Хаотичное президентство Дональда Трампа обернулось против него.

- The President as Bystander: Trump Struggles to Unify a Nation on Edge (The New York Times) / Президент-наблюдатель: Попытки Трампа объединить нацию на грани нервного срыва.

- The sick joke of Donald Trump's presidency isn't funny any more (The Guardian) / Глупая шутка о президентстве Дональда Трампа перестала быть шуткой.

- The Trump Presidency Is Over (The Atlantic) / Конец Трампа-президента.

Создавая образ президента Трампа-неудачника, журналисты по обе стороны Атлантики изображают его неорганизованным (*chaos presidency* / «хаотичное президентство»), пассивным (*bystander* / наблюдатель) лидером, из-за которого вся нация «на грани нервного срыва», и предрекают ему скорый политический конец (*presidency is over*).

Речевые иллюстрации МКМ «Агрессивный политик»

- Trump shares letter that calls peaceful protesters «terrorists» (CNN) / Трамп опубликовал письмо, где мирных протестующих назвал «террористами».

- The nationalist president and the white supremacist (The Boston Globe) / Президент-националист и поборник превосходства белой расы.

- Trump lashes out after critics highlight unsteady walk down West Point ramp (The Guardian) / Трамп накинулся на критиков, которые подметили его неуверенную походку в Вест-Пойнтской академии.

- Trump grows more irate as his attempts to contain coronavirus fallout fail (CNN) / Трамп в гнев от неспособности сдержать распространение коронавируса.

Агрессивный стиль общения Д. Трампа отмечают все – и простые обыватели, и журналисты, и исследователи его языка (см., например: [Woodward, 2018; Sclafani, 2018]. До состояния *irate* / «в гнев» (см. примеры выше) его могут довести и неудачи в борьбе с коронарусом, и насмешки по поводу неуверенной походки, и протестующие, которых он именуется «террористами», похоже, не вдаваясь в смысл этого слова. Журналисты, в свою очередь, состязаются в наклеивании ему все новых ярлыков, из которых «националист» – далеко не самый обидный.

Речевые иллюстрации МКМ «Инфантильный президент»

- Trump says he's taking malaria drug to protect against virus (Associated Press) / Трамп говорит, что защищается от коронавируса средством против малярии.

- Donald Trump says he will not watch NFL and US Soccer if players kneel (BBC) / Дональд Трамп обещает не смотреть игры НФЛ и Федерации футбола США, если игроки встанут на колено (в память об афроамериканце, убитом полицейским).

- A restless Trump wants to end the country's isolation – and his own (CNN) / Непоседа Трамп хочет покончить с изоляцией страны – и со своей собственной.

- «Me me me me»: Trump's latest self-pitying coronavirus Twitter meltdown buried in scorn (Rawstory) / «Я, я, я, я»: слезный пост Трампа в Twitter вызвал волну презрения.

Агрессивность президента Трампа соседствует с почти детской обидчивостью (см. пример выше). Но вместо сострадания он обычно получает в ответ раздражение и новые издевки. То американский лидер насмешил весь мир, занимаясь самолечением от коронавируса с помощью лекарства от малярии. То пытается воспитывать футболистов угрозами не смотреть телевизор. Даже необычный почерк президента США стал поводом для иронии – веб-дизайнеры разработали несколько компьютерных шрифтов, пародирующих руку Д. Трампа, и предлагают бесплатно загрузить их всем желающим (см.: [Mark Davis – URL; Font space – URL].

Речевые иллюстрации МКМ «Безответственный лидер»

- «I don't take responsibility at all»: Trump deflects blame for coronavirus testing fumble (Politico) / «Я за это не в ответе»: Трамп отвергает обвинения в запоздалом начале тестирования на коронавирусу.

- Bluff, bombast and blame is all that Donald Trump can offer in this crisis (The Guardian) / Блеф, бравада и упреки – это все, чем Дональд Трамп борется с кризисом (*в данном примере ирония заголовка усилена аллитерацией – три существительных подряд начинаются с «b»*).

- Trump sows confusion with claim coronavirus drug will be ready soon (The Guardian) / Трамп вызвал недоумение обещанием, что средство от коронавируса скоро появится.

- «What's going through the president's mind?» MSNBC's Morning Joe hammers Trump for risking millions of lives for stock market (Rawstory) / «Что происходит в голове у президента?» – ведущий утреннего эфира MSNBC обрушился на Трампа, который рискует миллионами жизней ради биржевых показателей.

В отличие от других МКМ, имидж безответственного политика Д. Трамп создал собственными руками, когда в марте 2020 г. публично отказался принять ответственность за промедление в борьбе с коронавирусом. Некоторые наблюдатели объясняют это нежеланием тормозить темпы экономического развития, отправляя работников в карантин. Фраза лидера США *I don't take responsibility at all* превратилась в политический мем. А голословные обещания скорого появления вакцины от коронавируса лишь усилило раздражение в обществе.

Речевые иллюстрации МКМ «Самонадеянный политик»

- Bill Russel criticizes President Trump for claiming he's done more for Blacks than any president (Boston.com) / Билл Рассел раскритиковал утверждение президента Трампа, что тот сделал больше для чернокожих, чем другие президенты.

- Trump talks himself up as «wartime president» to lead America through a crisis (The Observer) / Трамп объявил себя «президентом военного времени» и обещает вывести Америку из кризиса.

- Trump predicts victory over coronavirus «much sooner than expected» (Politico) / Трамп обещает победу над коронавирусом «гораздо раньше, чем ожидается».

От многочисленных нападок в свой адрес Д. Трамп часто пытается защищаться, сильно преувеличивая собственную значимость – называет себя «президентом военного времени» и главным защитником прав чернокожих, и в очередной раз обещая скорую победу над коронавирусом. Как видим, в этих примерах также проступают черты МКМ *«Безответственный лидер»*, *«Инфантильный президент»*. Таким образом, анализируя материалы СМИ о президенте Трампе, мы можем говорить лишь о преобладании той или иной МКМ в каждой конкретной публикации.

На фоне потока разнообразной критики неожиданным выглядит заголовок новостного агентства «Politico»: *«Trump is actually the President we need right now»* – «Трамп как раз тот президент, кто нам сейчас нужен». Но текст подзаголовка показывает, что идея об удачном президенте была высказана иронически, поскольку «Коронавирус даст ему возможность делать то, что у него так хорошо получается – сорить деньгами направо и налево» (дословно – *«плеваться деньгами»*).

Поскольку в настоящий момент главным информационным поводом во всем мире является пандемия коронавируса, наличие этой глобальной проблемы могло бы, гипотетически, негативно отразиться на изображении в СМИ образа властей, в частности президента Трампа. Поэтому результаты выборки по заголовкам недавних публикаций (функция Recent во вкладке News / «Новости» поисковой системы Google) мы решили сравнить с названиями более ранних статей о лидере США, найденными с помощью функции Archive / «Архив». Результаты получились похожие.

- Trump issues defiant apology for lewd remarks – then goes on the attack (CNN, 2016) / Трамп извинился за шутки «ниже пояса» в оскорбительной форме – и вновь пошел в атаку (*«Инфантильный президент»*).

- Donald Trump clung to «birther» lie for years, and still isn't apologetic (The New York Times, 2016) / Дональд Трамп годами повторял ложь противников Обамы о его рождении вне США, и до сих пор не извинился (*«Безответственный лидер»*).

- Here are all the times Donald Trump insulted Mexico (Time, 2016) / Вот сколько раз Дональд Трамп оскорблял Мексику (*«Агрессивный политик»*).

• Trump: I could «shoot somebody and I wouldn't lose voters» (CNN, 2016) / Трамп: Я мог бы «застрелить кого-нибудь, и не потерять избирателей» («Агрессивный / Самонадеянный политик»).

Даже эти несколько примеров доказывают, что с самого начала своей президентской карьеры Д. Трамп стал подавать многочисленные поводы для критики. А за прошедшие годы его медийно-коммуникативные микрообразы приобрели дополнительные оттенки благодаря новым необдуманным высказываниям хозяина Белого дома и порой провокационным поступкам.

Как видим, языковой портрет Дональда Трампа, создаваемый англоязычными СМИ, кардинально отличается от микроролей его самопрезентации в инаугурационной речи: «выборное лицо», «ответственное лицо», «борец», «реформатор», «патриот», «набожный человек» [Акинина, 2019, с. 276–277].

В качестве заключения

На основе проведенного анализа данных можно сделать вывод о том, что медийно-коммуникативные микрообразы Д. Трампа, составляющие его языковой портрет работы англоязычных СМИ, кардинально отличается в негативную сторону от микроролей его самопрезентации. Большинство западных журналистов не первый год изображают президента США человеком не на своем месте, агрессивным и в то же время инфантильным, неспособным отвечать за свои слова и поступки, и т.д. Англоязычные лингвисты констатируют ограниченный словарный запас Д. Трампа и его склонность к использованию разговорного стиля даже в официальных речевых ситуациях. В то же время именно такой тип риторики неизменно привлекает к нынешнему хозяину Белого дома симпатии большинства простых американцев, которым импонирует, что лидер нации говорит с ними понятным и доходчивым языком, много жестикулирует и не сдерживает эмоций.

Следует отметить, что, несмотря на большое количество политико-лингвистических и (психо)лингвистических исследований (см., например [Donzelli, 2019; Sclafani, 2018; Coutanche, 2018]), языковой феномен президента Трампа раскрыт еще далеко не полностью. Представляется интересным, например, исследовать фонетико-структурную сторону его выступлений, роль повтора слов в интонационной организации его речи и то, как данная особенность усиливает воздействие выступлений Д. Трампа на слушате-

лей. Небезынтересным будет изучить степень расширения значений излюбленных слов президента США, таких как *bad*, *smart* или *tough* в контексте его выступлений по сравнению со словарным объемом значений данных слов. Мы уверены, что политико-лингвистический феномен Дональда Трампа станет объектом для многочисленных новых интересных исследований.

Список литературы

- Акинина П.С.* Самопрезентация президента США : тематико-идеологические тенденции инаугурационной речи Дональда Трампа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2019. – Т. 12, вып. 5. – С. 275–279.
- Блакар Р.* Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия : переводы / сост. В.М. Сергеева и П.Б. Паршина; общ. ред. В.В. Петрова. – Москва : Прогресс, 1987. – 464 с.
- Богданова О.Ю.* Сопоставление функциональных особенностей заглавий художественных произведений и современной публицистики (на англоязычном материале) // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 3, т. 1 : Гуманитарные науки. – С. 140–143.
- Грицкевич Ю.* Влияние заголовка на построение и реализацию политического дискурса в массмедийном пространстве // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2015. – № 1. – С. 154–161.
- Дотдаева Ф.И.* Самопрезентация президентов США (на материале американского президентского дискурса) // Политическая лингвистика. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2011. – Вып. 4 (38). – С. 87–96.
- Жарина О.А.* Заголовок как средство создания образа государства в зарубежных СМИ // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8, № 2(27). – С. 235–237.
- Лекова П.А.* Трансформация фразеологических единиц как способ языкового манипулирования в СМИ // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. – 2017. – Т. 11, № 3. – С. 60–66.
- Современная политическая коммуникация : учебное пособие / отв. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2009. – 292 с.
- Трам Д., Занкер Б.* Мысли по-крупному и не тормози! / пер. с англ. М. Вершовского. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 224 с.
- Coutanche M., Paulus J.* An empirical analysis of popular press claims regarding linguistic change in president Donald J. Trump // *Frontiers in Psychology*. – 2018. – URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02311/full>
- Donzelli A., Bugden A.P.* The «Tiny Hand» of Donald Trump and the Metapragmatics of Typographic Parody // *Signs and Society*. – Chicago, 2019. – Vol. 7, Issue 2. – P. 217–244.
- Donald Trump's 20 Most Frequently Used Words // *Your dictionary*. – URL: <https://www.yourdictionary.com/slideshow/donald-trump-20-most-frequently-used-words.html>

- «Executive time»: how, exactly, does Trump spend 60% of his day? // *The Guardian*. – 2019. – URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2019/feb/07/executive-time-donald-trump-white-house>
- Font space. – URL: <http://www.fontspace.com/bf-tiny-hand-font-f26168>
- Gavrilovic E.* Prof who praised «Black English» claims Trump's typos make him unfit for office. – 2019. – URL: <https://www.campusreform.org/?ID=11744>
- Goldstein D.M., Hall K., Ingram M.B.* Trump's comedic gestures as political weapon // *Language in the Trump Era*. – Cambridge : Cambridge University Press. – 2020. – URL: https://www.researchgate.net/publication/336989835_Trump's_Comic_Gestures_as_Political_Weapon
- Mark Davis – URL: <http://designermarkdavis.com/BF-Tiny-Hand>
- Packer G.* The left needs a language potent enough to counter Trump // *The Atlantic*. – 2019. – URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/08/language-trump-era/595570/>
- Sclafani J.* Talking Donald Trump. A sociolinguistic study of style, metadiscourse, and political identity. – London ; New York : Routledge Taylor & Francis Group, 2018. – 105 p.
- Trump D., Zanker B.* Think big. Make it happen in business and life. – New York : Harper Collins Publishers, 2008. – 386 p.
- What an expert analyst makes of Trump's language (HBO) // YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=29FWjeH4nUE>
- Woodward B.* Fear. Trump in the White House. – New York ; London ; Toronto ; Sydney ; New Delhi : Simon & Schuster, 2018. – 454 p.

References

- Akinina, P.S. (2019). Samoprezentatsiya presidenta SSHA: tematiko-ideologicheskiye tendentsii inauguratsionnoy rechi Donalda Trampa [Self-presentation of the US President]. *Philologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12(5), 275–279.
- Blakar, R. (1987). Yazyk kak instrument sotsial'noy vlasti [Language as an instrument of social power]. In: Sergeeva, V.M.; Parshina, B.; Petrova, V.V. (Eds.). *Yazyk i modelirovaniye sotsial'nogo vzaimodeystvia: Perevody*. Moscow: Progress.
- Bogdanova, O.Yu. (2012). Sopostavlennyye funktsional'nykh osobennostey zaglaviy khudozhestvennykh proizvedeniy i sovremennoy publitsistiki (na angloyazychnom materiale) [Comparing functional features of headline in belle-lettres and in mass media]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik. Gumanitarnyye nauki*, 3(1), 140–143.
- Gritskevich, Yu. (2015). Vliyaniye zagolovka na postroyeniye i realizatsiyu politicheskogo diskursa v mass-mediynom prostranstve [How the headline influences the structure and realization of the political discourse in mass media]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Series: Social-gumanitarnyye nauki*, 1, 154–161.
- Dotdayeva, F.I. (2011). Samoprezentatsiya prezidentov SSHA (na materiale amerikanskogo prezidentskogo diskursa [The USA presidents' self-presentation (on the basis of American presidential discourse)]. *Politicheskaya lingvistika*, 4(38), 87–96.

- Zharina, O.A. (2019). Zagolovok kak sredstvo sozdaniya obraza gosudarstva v za-rubezhnich SMI [Headline as a means of creating state image in foreign mass media]. *Baltiyskiy gumanitarniy zhurnal*, 2(27), 235–237.
- Lekova, P.A. (2017). Transformatsiya frazeologicheskikh yedinitov kak sposob yaziko-vogo manipulirovaniya v SMI [Transformation of phraseology as a means of linguistic manipulation in mass media]. *Izvestiya Dagestanskogo gosudarstvennogo peda-gogicheskogo universiteta. Obshchestvennye i gumanitarnye nauki*, 11(3), 60–66.
- Chudinov, A.P. (Ed.). (2009). *Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya [Modern political communication]*. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t.
- Trump, D.; Zanker, B. (2014). *Mysli po-krupnomy i ne tormozi [Think big and make it happen!]*. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber.
- Coutanche, M.; Paulus, J. (2018). An empirical analysis of popular press claims regard-ing linguistic change in president Donald J. Trump. *Frontiers in Psychology*. Retrieved from: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02311/full>
- Donzelli, A.; Bugden, A.P. (2019). The «Tiny Hand» of Donald Trump and the Metapragmatics of Typographic Parody. *Signs and Society*, 7(2), 217–244.
- Donald Trump's 20 Most Frequently Used Words. *Your dictionary*. Retrieved from: <https://www.yourdictionary.com/slideshow/donald-trump-20-most-frequently-used-words.html>
- «Executive time»: how, exactly, does Trump spend 60% of his day? (2019). *The Guardian*. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/us-news/2019/feb/07/executive-time-donald-trump-white-house>
- Font space. Retrieved from: <http://www.fontspace.com/bf-tiny-hand-font-f26168>
- Gavrilovic, E. (2019). *Prof who praised «Black English» claims Trump's typos make him unfit for office*. Retrieved from: <https://www.campusreform.org/?ID=11744>
- Goldstein, D.M.; Hall, K.; Ingram, M.B. (2020). Trump's comedic gestures as political weapon. *Language in the Trump Era*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/336989835_Trump's_Comic_Gestures_as_Political_Weapon
- Mark Davis. Retrieved from: <http://designermarkdavis.com/BF-Tiny-Hand>
- Packer, G. (2019). The left needs a language potent enough to counter Trump. *The Atlantic*. Retrieved from: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/08/language-trump-era/595570/>
- Sclafani, J. (2018). *Talking Donald Trump. A sociolinguistic study of style, metadiscourse, and political identity*. London, New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Trump, D.; Zanker, B. (2008). *Think big. Make it happen in business and life*. New York: Harper Collins Publishers.
- What an expert analyst makes of Trump's language (HBO). *YouTube*. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=29FWjeH4nUE>
- Woodward, B. (2018). *Fear. Trump in the White House*. New York, London, Toronto, Sydney, New Delhi: Simon & Schuster.